

郑荐 | 小区电梯广告调查(上)

梯厢3面挂有广告,门一关,眼前还是广告 小区电梯被广告包围,广告费呢? 律师:收益应归全体业主 有业主称:没见过一分钱

现场 电梯里广告五花八门 包围乘梯居民

“瞧瞧,小区电梯里都是广告,不想看都不中。”4月19日上午,在经七路一小区,市民李先生说,他每次乘电梯,都会看到花样翻新的广告牌,楼盘、汽车、餐饮、家装、教育培训等,无所不包。“广告更换的速度挺快,基本一星期就换一次。”

李先生说,小区有4栋高层住宅,8号楼、9号楼只有一个单元两部电梯,10号楼、11号楼各两个单元共4部电梯。每部电梯的梯厢3面分别挂了4块广告牌。“操作按钮时迎面又有两块广告,总共6块广告,把人都给包围了。”

其实,从4月16日起,记者连续走访了位于金水路、黄河路、文化路、花园路、丰庆路等的20多个小区,发现电梯广告的内容五花八门,无孔不入,除了李先生说的,还有整容、隆胸等广告,让人眼花缭乱。

在商城路玉凤路口北侧一小区,10栋楼22个单元41部电梯,每个电梯有3块广告牌,数目很可观。而在未来路与商城路口的一小区,有12栋高层13个单元27部电梯,也被七八十个广告牌“占据”了,一些电梯口还有电子屏轮番播放着不同广告。这些广告中,仅有个别是公益广告。

“反正乘电梯很无聊,看看也无妨。”有些业主表示出无所谓的态度。而一些业主却不这么想:“小小电梯都成商家们的‘唐僧肉’了,天天得给它们行注目礼,很烦人。”业主们难以接受的是,一些隆胸广告衣着暴露,言语挑逗,对孩子们是“视觉污染”。

账目 收益是本“糊涂账” 物业公司拒绝透露资金及去向

电梯广告成了商家们青睐的“香饽饽”,换句话说,也给小区带来了不菲的收益。那么,谁有权让商家在小区电梯里登广告?广告收益又去哪儿了呢?记者走访20多个小区后,物业对电梯广告费用的收益及去向要么支支吾吾,称不清楚,要么笼统地表示用在了小区日常维护上。很少有物业公司拿出详细的广告收益收支明细。

“路面硬化、种植花草、维修灯线等。小区所收的物业费毕竟有限,有了电梯广告等费用,刚好用来补贴成本。”一名物业人员表示,自己手头没有收支明细,“因为通过电梯广告及其他广告增加来的收入,使用起来比较散乱,相对随意。如果对业主公示,会引起部分业主心理失衡,产生不必要的麻烦,多一事不如少一事,因此不会对业主公示。”

记者在采访中发现,电梯广告收益在很多小区是一本说不清楚的“糊涂账”,也显得很敏感。不少物业公司表示,电梯广告收益很少,具体金额不便告知,也拒绝出示收支账本。

“这几乎是行业的‘潜规则’,不好明说。”一位不愿透露姓名的物业负责人告诉记者,缺乏相关制度的监督给了物业空子可钻。广告收入隐瞒不告知业主,已成为普遍现象。不少“剩余”费用还成了物业的“灰色收入”,“大家都习以为常了”。

房产、汽车、医药、商超……每次乘电梯,广告都在频频轰炸眼球。伴随着高层住宅增多,郑州市很多小区的电梯梯厢里都挂上了广告牌。小区电梯成了商家争抢的“唐僧肉”。那么,这些电梯广告是谁安装的?收益属于谁?用在了哪里?连日来,记者走访各小区发现,这一笔可观的收益成了“糊涂账”,绝大部分业主感觉“云里雾里”,从未摸过一分钱。
郑州晚报记者 石闯/文 周甬/图



律师 小区电梯广告收益 应为业主共有

那么,小区电梯广告等公共区域的广告收益,到底该归谁所有?

国务院颁布的《物业管理条例》第55条规定,利用物业共用部位、共用设施设备进行经营的,应当在征得相关业主、业主大会、物业服务企业的同意后,按照规定办理有关手续。所得收益应当主要用于补充专项维修资金,也可以按照业主大会的决定使用。

河南国厚律师事务所律师秦永民说,小区公共设施由全体业主出资维护和保养,原则上所有的责权利都归全体业主。“物业只是业主们聘请的管家,广告收益应该归‘主人’。物业应该定期公示。若物业公司私吞广告收益,业主可走法律程序维护自己的权益。”

案例 沈阳一小区居民成功维权

3月15日,沈阳市中级法院公布了2015年十大经典案例,其中一个案例,讲的就是物业公司在电梯等公共区域发布广告,收益最终应该归谁的问题。该案例称,沈阳市大东区鹏利花园AB区楼道、电梯内等公共区域,刊登了大量广告,广告主先后支付给物业26万余元。该小区业委会认为,物业在未经业主同意情况下,利用共用部位、共用设施设备经营广告,收取广告费并私自占有使用,违反了《物业管理条例》。物业则称,成本逐年增加一直亏损运营,这笔钱款已用来补充物业费收入严重不足的部分。

虽然物业公司解释很多,但法院依法判决26万元广告费归全体业主共有。

这一案例发布后,引起舆论一片哗然。网友惊呼:“很多人都吃亏了!我们交了这么多年的物业费,可该给我们的钱却被瞒了好多年!”

调查 大多业主不知广告收益归自己

“电梯是我们业主的,在电梯上做广告,也该由我们业主收钱啊!”家住经七路的一名业主表示。而家住卫生路的业主牛先生表示,在小区居住四五年了:“小区电梯广告内容更换频繁,但一直不见物业人员将电梯广告费用的具体收支情况张贴出来。”

走访中,大多业主对电梯广告收益都是“云里雾里”,并不知情。他们从没得过包括小区电梯广告在内的收益,有的业主甚至不知道小区公共区域的收益自己也有份。

家住沙口路一小区的陈女士表示,住六七年了,虽然看到小区电梯有广告,但压根儿没想到过问收费的问题。“电梯坏了,维修费由业主来分摊,电梯广告费咋花了,没见过一分钱。”

调查中,像陈女士这样的业主占的比重很大。家住未来路顺河路口的业主马先生表示,一般情况下,业主只要感觉物业服务到位,就不会关注这些内容,更不会去较真这个收益问题。他认为,物业引入电梯广告增加收益是件好事,不过更希望物业能将具体收益公示出来,“比如适当减少业主们的物业费,两全其美,别藏着掖着”。
请继续阅读A05版